

KHẢO SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ VAI TRÒ CỦA CHẤT LƯỢNG VÀ TƯƠNG QUAN CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM VỚI CHẤT LƯỢNG THIẾT BỊ, CÔNG NGHỆ VÀ TAY NGHỀ CÔNG NHÂN TRONG CÁC DOANH NGHIỆP Ở TP. HỒ CHÍ MINH

BÙI NGUYỄN HÙNG

I. GIỚI THIỆU

Có nhiều chuyên gia cho rằng thế kỷ 20 là thế kỷ của tiến bộ về công nghệ, thế kỷ 21 sẽ là thế kỷ của chất lượng. Chất lượng đã trở thành một trong các tiêu chuẩn hàng đầu được các tổ chức trên thế giới làm căn cứ đánh giá hiệu quả hoạt động của một doanh nghiệp. Tuần báo *Kinh tế Viễn đông*, Citibank (Mỹ) và tổ chức Survey Research (Singapore) cuối năm vừa qua công bố danh sách 200 công ty hàng đầu châu Á. dựa trên năm tiêu chuẩn: (a) chất lượng cao của sản phẩm hay dịch vụ cung ứng, (b) công cuộc quản trị công ty có tầm nhìn xa, (c) sáng tạo đổi mới đáp ứng nhu cầu khách hàng, (d) hoạt động tài chính hiệu quả, (e) tiêu chuẩn công ty kiểu mẫu làm gương cho nhiều doanh nghiệp khác nơi theo. Rõ ràng rằng 2 trong năm tiêu chuẩn có liên quan trực tiếp tới chất lượng. Sở dĩ, chất lượng trở thành một yếu tố được quan tâm nhiều là do môi trường kinh doanh thế giới có nhiều chuyển biến. Sau khi vòng đàm phán thương mại đa phương Uruguay kết thúc cùng với sự ra đời của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào ngày 1.1.1995, thương mại thế giới đã chuyển sang một trang mới. Một môi trường thương mại thế giới mở hơn, công bằng hơn được hình thành, điều này dẫn đến việc cạnh tranh toàn cầu và cả trong từng khu vực. Trong bối cảnh này chất lượng đóng vai trò quan trọng trong sự hình thành lợi thế cạnh tranh của các tổ chức kinh doanh.

Đứng ở góc độ quản lý nhà nước, chúng ta cần phải biết các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang chuẩn bị những gì cho "cuộc chiến" toàn cầu đã và đang xảy ra này. Hay cụ thể hơn chúng ta đã và đang chuẩn bị những gì cho chất lượng sản phẩm của mình trong cuộc tranh giành thị trường ngày càng quyết liệt này. Nghiên cứu sau đây nhằm cung cấp các thông tin về "vấn đề chất lượng" của các doanh nghiệp cho các nhà quản lý vĩ mô ra quyết định.

II. PHƯƠNG PHÁP TIẾN HÀNH

Dựa trên lý thuyết TQM và ISO 9000 để thiết kế câu hỏi, sau đó tiến hành phỏng vấn cho hai nhóm đối tượng là: (1) Các nhà quản lý từ cấp phó phòng trở lên, (2) Các đốc công, tổ trưởng và nhóm trưởng của các công ty. Mỗi nhóm đối tượng có câu hỏi riêng. Xử lý thông tin thu thập được bằng SPSS và phương pháp phân tích nhân tố (Factor Analysis) với độ tin cậy của việc đánh giá từ 90% tới 95%.

III. KẾT QUẢ, PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ

1. Về vai trò của chất lượng

Khi khảo sát về quan niệm và vai trò của chất lượng ở các doanh nghiệp (trên 65 doanh nghiệp) ta có kết quả sau:

* Ý kiến của 220 đốc công, tổ trưởng và nhóm trưởng của các doanh nghiệp là:

- 88,6% cho rằng chất lượng sản phẩm rất quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp họ.
- 10,0% cho rằng chất lượng sản phẩm quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

* Còn ý kiến của 210 nhà quản trị cấp trung và cao (trưởng phó phòng trở lên) thì:

- 87,7% cho rằng chất lượng sản phẩm là rất quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh.
- 11,3% cho rằng chất lượng sản phẩm là quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

* Để tăng thêm độ tin cậy của kết luận này, chúng ta xét thêm về vai trò của chất lượng trong kinh doanh của các cán bộ quản lý cấp trung và cấp cao :

Ý kiến Quan điểm cho rằng:	Đồng ý	Không có ý kiến	Không đồng ý
1. Chất lượng sản phẩm là việc sống còn	95,7%	3,1%	1,3%
2. Chất lượng sản phẩm của công ty là việc quan trọng nhất	97%	2,2%	0,8%

Với trên 95% cán bộ quản lý các cấp của các doanh nghiệp khẳng định rằng chất lượng sản phẩm/dịch vụ là quan trọng và rất quan trọng trong công việc kinh doanh của các doanh nghiệp là rất đáng khích lệ và nó là tiền đề quan trọng cho việc nâng cao chất lượng sản phẩm/dịch vụ.

2. Về mối "bận tâm" của các doanh nghiệp

Thăm dò ý kiến của hơn 220 cán bộ quản lý cấp trưởng phó phòng trở lên về yếu tố hàng đầu trong kế hoạch hoạt động của công ty. Trong số 216 người trả lời, nhìn chung các nhà quản lý cho rằng bốn yếu tố được họ quan tâm nhất trong hoạt động của mình là tiếp thị, tăng nguồn vốn, củng cố và phát triển nguồn nhân lực và nâng cao chất lượng sản phẩm (chiếm hơn 99% tổng số người trả lời, các hoạt động khác chỉ chiếm 1%). Xem bảng sau:

Yếu tố	Tần số	Tỉ lệ %
1. Nâng cao chất lượng sản phẩm	99	45,6
2. Củng cố và phát triển nhân sự	49	22,6
3. Tiếp thị	36	16,6
4. Tăng nguồn vốn	31	14,3
5. Các hoạt động khác	2	0,9

- Trong số bốn yếu tố được xem xét, yếu tố tăng nguồn vốn ít được quan tâm nhất so với các yếu tố còn lại (khoảng 14% nhà quản lý cho rằng đây là ưu tiên hàng đầu).

- Yếu tố tiếp thị được khoảng 17% các nhà quản lý coi như là ưu tiên hàng đầu.

- Kế đến khoảng 23% các nhà quản lý cho rằng củng cố và phát triển nhân sự là ưu tiên 1.

- Cuối cùng, với gần 46% các nhà quản lý đánh giá nâng cao chất lượng sản phẩm là yếu tố được ưu tiên hàng đầu. Chúng ta có thể khẳng định rằng ngày nay các doanh nghiệp Việt Nam đã quan tâm nhiều đến vấn đề chất lượng sản

phẩm.

Chúng ta xét thêm mức độ ưu tiên trung bình của bốn yếu tố trên như sau (n = 213):

Yếu tố	Độ ưu tiên trung bình	Độ lệch chuẩn
1. Nâng cao chất lượng sản phẩm	1,80	0,94
2. Củng cố và phát triển nhân sự	2,63	1,14
3. Tiếp thị	2,69	1,09
4. Tăng nguồn vốn	3,00	1,14
5. Các hoạt động khác	4,85	0,54



Quan sát bảng trên ta thấy:

- Yếu tố nâng cao chất lượng có độ ưu tiên trung bình cao nhất 1,80, độ lệch chuẩn 0,94.

- Yếu tố củng cố và phát triển nhân sự và tiếp thị có độ ưu tiên xấp xỉ nhau và độ ưu tiên của yếu tố tiếp thị 2,69 có nhỉnh hơn so với yếu tố củng cố và phát triển nhân sự 2,65.

- Yếu tố tăng nguồn vốn ít được ưu tiên nhất trong bốn yếu tố với độ ưu tiên trung bình là 3,00.

Để xác định xem các nhận định trên có ý nghĩa về mặt thống kê không ta tiến hành kiểm định giả thuyết các mức ưu tiên trung bình của các yếu tố là bằng nhau. Kết quả kiểm định cho ta biết: với mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$ ta có thể kết luận rằng trong khi lập kế hoạch kinh doanh, các nhà quản lý

3. Về máy móc thiết bị, công nghệ và tay nghề của công nhân

Có 220 cán bộ quản lý cấp trưởng phó phòng trở lên tự đánh giá doanh nghiệp mình trên bốn phương diện: (1) So sánh chất lượng sản phẩm của công ty với chất lượng các sản phẩm tương tự trong khu vực, (2) Công nghệ của công ty (phần mềm), (3) Thiết bị của công ty (phần cứng) và (4) Tay nghề của công nhân. Sử dụng phương pháp phân tích các yếu tố và kết quả như sau:

a) Thống kê cho tổng thể:

Ý kiến Nhận định	Cỡ mẫu	Đồng ý	Khoảng tin cậy(90%)
(1). Chất lượng sản phẩm của chúng tôi so với khu vực chưa cao	177	60,5	54,5 - 66,5%
(2). Công nghệ chúng tôi rất lạc hậu	161	38,5	32,2 - 44,8 %
(3). Thiết bị chúng tôi quá cũ	171	40,9	34,7 - 47,1%
(4). Tay nghề công nhân chưa cao	171	38,0	31,9 - 44,1%

- Trung bình gần 60,5% cán bộ quản lý cho rằng chất lượng của công ty họ so với khu vực chưa cao. Chính điều này đã giải thích vì sao sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam kém tính cạnh tranh ngay cả ở thị trường nội địa.

- Trung bình 38,5% các nhà quản lý đồng ý là công nghệ của họ rất lạc hậu. Và xấp xỉ 41% trong số các nhà quản lý cấp cao được hỏi ý kiến rằng thiết bị của họ quá cũ. Công nghệ lạc hậu và thiết bị cũ trong các doanh nghiệp Việt Nam là dễ thấy. Nhưng điều đáng lưu ý ở đây là phần lớn các nhà quản lý của các doanh nghiệp lại không đồng ý với ý kiến đó. Vậy vì sao chất lượng sản phẩm/dịch vụ của họ lại thấp? Vấn đề này cần phải được nghiên cứu một cách nghiêm túc.

- 38% cán bộ quản lý cho rằng tay nghề công nhân họ còn thấp. Nên phải chăng chọn con đường nâng cao tay nghề cho công nhân để nâng cao chất lượng sản phẩm sẽ hiệu quả hơn (rẻ hơn) so với thay đổi máy móc thiết bị hoặc công nghệ.

b) Thống kê theo nhóm công ty:

Doanh nghiệp địa phương là các doanh nghiệp trực thuộc Ủy ban Nhân dân TP HCM và các quận, huyện

Doanh nghiệp địa bàn là các doanh nghiệp trung ương đóng trong địa bàn TPHCM

Ý kiến Nhận định	Doanh nghiệp địa phương				Doanh nghiệp địa bàn			
	Đồng ý	Không đồng ý	Cỡ mẫu	KTC 90%	Đồng ý	Không đồng ý	Cỡ mẫu	KTC 90%
(1).	61,3	38,7	62		60	40	115	
(2).	40,7	59,3	54		37,4	62,6	107	
(3).	41,1	58,9	56		40,9	59,1	115	
(4).	41,9	58,1	62		35,8	64,2	109	

doanh nghiệp quan tâm đến nâng cao chất lượng sản phẩm nhất, kế đến là yếu tố tiếp thị và củng cố và phát triển nguồn lực, hai yếu tố này được quan tâm như nhau. Cuối cùng, yếu tố tăng nguồn vốn ít được quan tâm nhất trong 4 yếu tố trên.

Kết quả cho chúng ta thấy rằng: chất lượng của thiết bị, công nghệ và tay nghề công nhân của các doanh nghiệp trung ương cao hơn các doanh nghiệp địa phương dẫn đến chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp trung ương cũng cao hơn các doanh nghiệp địa phương (tuy không nhiều)

c) Thống kê theo các doanh nghiệp có và không có sản phẩm xuất khẩu :

Ý kiến Nhận định	Doanh nghiệp xuất khẩu				Doanh nghiệp không xuất khẩu			
	Đồng ý	Không đồng ý	Cỡ mẫu	KTC 90%	Đồng ý	Không đồng ý	Cỡ mẫu	KTC 90%
(1).	60	40	110		60,6	39,4	33	
(2).	32,7	67,3	104		57,1	42,9	35	
(3).	34,5	65,5	110		67,6	32,4	37	
(4).	33,6	66,4	110		57,1	42,9	35	

Khi so sánh giữa doanh nghiệp có sản phẩm xuất khẩu và không có sản phẩm xuất khẩu ta thấy rằng: Chất lượng máy móc thiết bị, công nghệ và tay nghề công nhân của các doanh nghiệp xuất khẩu cao hơn hẳn các doanh nghiệp chưa có sản phẩm xuất khẩu. Phải chăng chất lượng của thiết bị, công nghệ và tay nghề của công nhân đã tạo ra sản phẩm có khả năng xuất khẩu hay là nhờ xuất khẩu mà các doanh nghiệp này có điều kiện đổi mới công nghệ, thiết bị và nâng cao tay nghề của công nhân? Câu trả lời có lẽ là hiệu ứng Đô-mi-nô.

d) Thống kê theo nhóm ngành trong hệ thống các ngành kinh tế quốc doanh.

Ngành I: Công nghiệp thực phẩm;
Ngành II: Công nghiệp dệt
Ngành III: Công nghiệp may mặc;
Ngành IV: Công nghiệp hóa chất
Ngành V: Công nghiệp dịch vụ;
Ngành VI: Công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng
Ngành VII: Công nghiệp sản xuất máy móc thiết bị (chủ yếu là cơ khí & động lực)

Ngành	Nhận định (1)			Nhận định (2)			Nhận định (3)			Nhận định (4)		
	Đồng ý	Không	n	Đồng ý	Không	n	Đồng ý	Không	n	Đồng ý	Không	n
III	54,1%	46,0%	37	20,7%	79,3%	29	27,6%	72,4%	29	35,3%	64,7%	34
I	60,0%	40,0%	30	37,9%	62,1%	29	48,4%	51,6%	31	35,7%	64,3%	28
II	60,9%	39,1%	23	44,0%	56,0%	25	40,0%	60,0%	25	54,2%	45,8%	24
IV	42,9%	57,1%	21	35,3%	64,7%	17	19,1%	81,0%	21	19,1%	81,0%	21
V	66,7%	33,3%	12	27,3%	72,7%	11	27,3%	72,7%	11	25,0%	75,0%	8
VI	54,6%	45,5%	11	20,0%	80,0%	10	40,0%	60,0%	10	11,1%	88,9%	9
VII	75%	25%	8	83,3%	16,7%	6	100%	0%	9	62,5%	37,5%	8

So sánh 7 ngành theo 4 yếu tố ta có kết quả sau:

- Ngành sản xuất máy móc thiết bị (VII) là ngành có chất lượng thiết bị, công nghệ và tay nghề công nhân thấp nhất trong 7 ngành: hơn 83% cán bộ quản lý trong ngành được hỏi cho là như vậy (gấp hơn hai lần so với tổng thể). Đây là ngành "yếu" toàn diện. Nên kết quả là hầu hết các sản phẩm của họ không cạnh tranh được cả thị trường trong và ngoài nước là điều dễ hiểu.

- Ngành dịch vụ (V), theo họ thì máy móc và công nghệ khá hiện đại (72% đồng ý) và tay nghề công nhân khá cao (75% đồng ý). Nhưng gần 67% cán bộ quản lý cho rằng chất lượng dịch vụ lại thấp so với khu vực. Vậy tại sao? Phải chăng là do quản lý kém?

- Đối với ngành may mặc (III) thì đây là ngành phát triển nhanh kim ngạch xuất khẩu tăng đáng kể trong

những năm qua. Trên 75% cán bộ quản lý ngành này đồng ý rằng máy móc thiết bị và công nghệ của họ là khá hiện đại (điều này cũng dễ hiểu vì đầu tư cho thiết bị và công nghệ trong ngành này không đòi hỏi vốn lớn). Và khoảng 65% cho rằng tay nghề công nhân của họ là cao (vì người Việt Nam vốn khéo tay). Nhưng lại có tới khoảng 55% trong số họ tự cho sản phẩm của công ty họ có chất lượng thấp so với khu vực. Phải chăng đây là hậu quả của việc may gia công - đã tách rời nhà sản xuất và khách hàng?

IV. KẾT LUẬN

Qua nghiên cứu này chúng tôi muốn cung cấp một ít thông tin về:

- Nhận thức của các nhà quản lý về "vai trò của chất lượng" trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Các vấn đề mà các doanh nghiệp đang quan tâm trong hoạt động kinh doanh và

- Về mối tương quan giữa chất lượng của sản phẩm với chất lượng của thiết bị, chất lượng của công nghệ và tay nghề của công nhân. Cũng như phân tích, đánh giá

mối tương quan này giữa các xí nghiệp địa phương và địa bàn, giữa các ngành, giữa doanh nghiệp có và không có sản phẩm xuất khẩu, để các nhà quản lý, các nhà nghiên cứu tìm cách giải quyết để cho chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam cạnh tranh được cả thị trường trong và ngoài nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hale H. Besterfield, *Quality Control*, 4th Edition, Prince Hall, 1994
2. Marija J. Norusis SPSS for Window, *Professional Statistics*, SPSS Inc. 1993
3. Parasuraman A. *Marketing Research*, 2th Edition, Wesley
4. Perry I. Johnson, *ISO9000 Meeting the New International Standards*, Mc. Graw-Hill, 1993
5. Nhà xuất bản thống kê, *Niên Giám Thống Kê* 1996.

